

エトランジェールのヨーロッパツーリズム

草野なつみ

キーワード：ツーリズム、海外旅行、インバウンド、アウトバウンド、ヨーロッパ、旅行記

1. はじめに

「あの国に行ってみたい」、「あの国でこんなことをしてみたい」、誰もが思ったことがあるだろう。私も小さい頃からさまざまなメディアを通して外国に興味をもち、特にヨーロッパの国々の日本とは異なる歴史や文化、ファッション性に強い憧れがあった。大学生になり、イタリアで歴史的建造物と現代の人々の共存する世界を実際に肌で感じたことをきっかけに、海外旅行に対する価値観は大きく変わり、今ではその魅力に憑りつかれている。

一方で、日本を訪れる外国人は年々増加している。外国人は日本の場所や地域のどんなところに魅力を感じているのか、外国人にとっての旅行にはどんな意味があるのかが気になる場所である。イタリアやフランスといったヨーロッパの国が観光大国である理由を考察し、逆に、自分がなぜイタリアやフランスに魅力を感じるのか、自分自身にとっての海外旅行の位置づけがどのようなものであるのか、一度振り返って深く考えてみたいと思った。

本研究では、まず、日本へのインバウンド、日本からのアウトバウンドの両面から、ツーリズムの現在を把握する。次に、南ヨーロッパを中心に、それぞれの国の観光の形態や旅行に対する考え方について明らかにする。そして、自分自身の今までの旅行経験を見つめなおすことで、人と人とのつながり、国と国とのつながりについて考察する。最後に、これらをもとに、自分のように世界に興味をもち、羽ばたいていけるような子どもを育てるためにできることについて考えてみる。

2. 日本のツーリズム

日本を訪れる外国人の数は、年々増加している。大陸別にみると、アジアからの旅行者が圧倒的に多いことが分かる（図1）。アジアの中では中国、韓国、台湾の順に多く、中国からの旅行者数は2013年以降急激に増加しており、「爆買い」という主に中国人旅行者が様々な商品を大量に買い込む様子を表す言葉も生まれた。中国の旧正月にあたる春節（2019年は2月5日）の時期になると、日本への中国人旅行者は急激に増加するため、日本の家電量販店などはこれまで様々な対策を練ってきた。しかし、中国で2019年1月から、電子商取引を規制する法律が施行されたため、今後は従来のような「爆買い」は減ることが予想されている。

アウトバウンドに関しては、日本人出国者は2000年以降、2003年に日経平均株価の大暴落などの影響で減少して以来、大幅な増減はなく安定している（図省略）。図2から、日本人旅行者の目的地については、アジアは年によって変動があるが、アメリカやヨーロッパには毎年一定数の日本人が行っていることが分かった。日本からの距離が近い分、アジアへの旅行者が多いと思っていたが、アメリカと中国を比較すると、アメリカの方が安定して旅行者数が増えていることが明らかになった。2019年は4月27日から5月6日までの10日間をゴールデンウィークとする方向で政府が検討しており、連休を利用してアメリカやヨーロッパなど遠方への旅行者が増加することが予想される。

なお、暦年の表記に当たっては本来、元号（昭和、平成）による和暦を併記すべきところであるが、

本研究の内容がインバウンドとアウトバウンドの外国旅行に特化したものであるため、敢えて元号和暦を省略した。

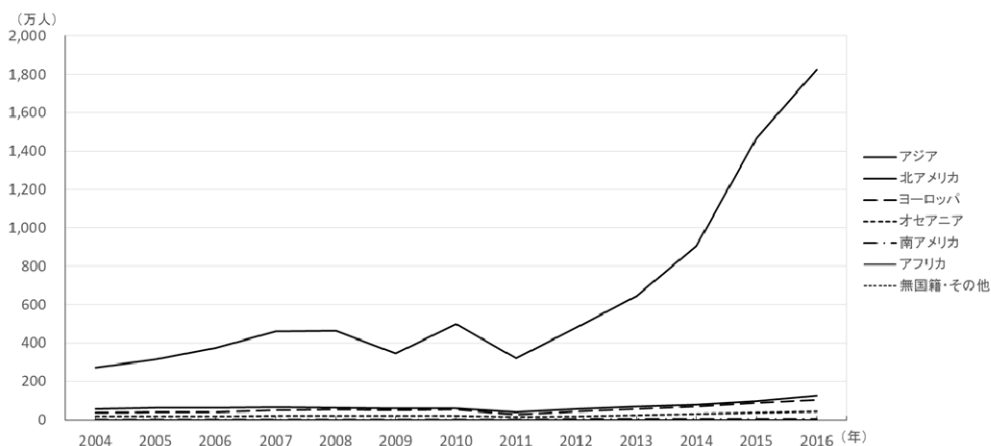


図1 大陸別訪日外客数の推移（2004年～2016年）

出所：日本政府観光局（JNTO）から取得データより作成

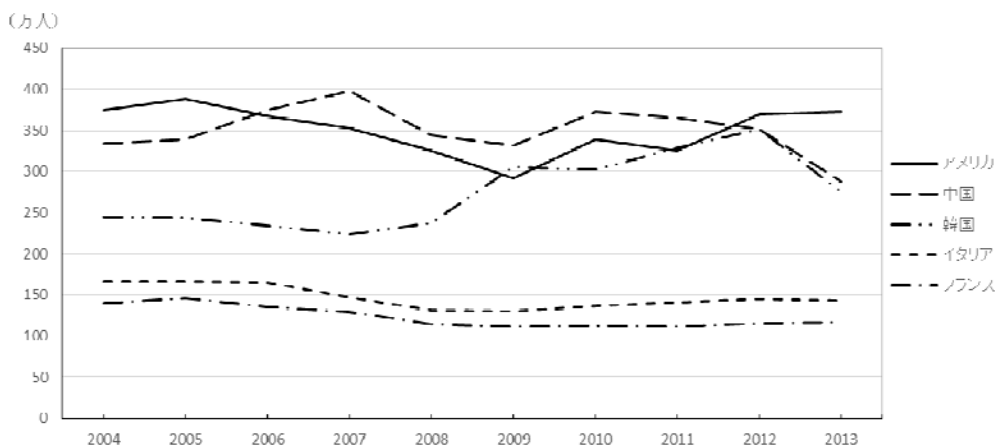


図2 地域別日本人出国者数の推移（2004年～2013年）

出所：法務省・日本政府観光局（JNTO）から取得データより作成

3. 観光の形態の変化

観光の形態についてはどうか。観光客は、どのようにして目的地を決めるのか。また、目的地の情報をどのようにして入手するのか。私自身は、旅行情報誌やインターネットをおもに活用し、事前の情報を入手しているが、時代によって、情報収集の方法や観光の形態も変化しているのではないかと考えられる（図3）。近年はスマートフォンが普及し、スマートフォンの利用者の多くがSNSを利用している。写真投稿SNS（Instagram）では、世界各地の絶景や、絶景の中へ飛び込んだ人々の姿を見ることができる。写真はその場所の魅力を伝えたり、情報を得るためには効果的な手段である。簡単に世界と繋がる

ことができる現代では、外国に興味をもつ人は確実に増加しているのではないかと。また、観光の目的についても変化がみられる。何度も日本を訪れる外国人は、日本の様々な場所を目で見て観光するだけでなく、日本の伝統文化を実際に体験することを目的としており、日本各地で陶芸や和菓子作りなどが体験できる施設が増加している。

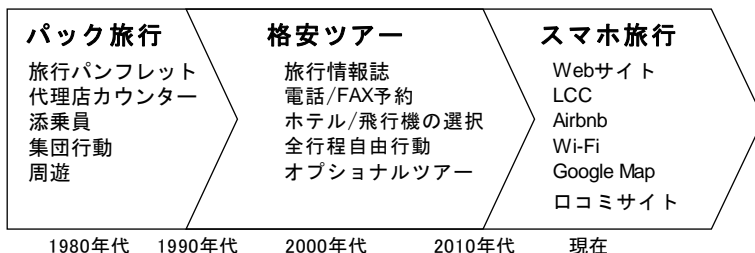


図3 旅行の流行（モード）の移り変わり

出所：筆者作成

4. イタリアのツーリズム

イタリアは、都市によって気候や文化が様々である。首都ローマは古代ローマ帝国時代の遺跡やバロック式建造物など、各時代の貴重な建造物が点在し、「永遠の都」とも呼ばれる。そのほかにも、街中に運河が流れる水の都ヴェネツィア、ダンテやミケランジェロが活躍したルネッサンス芸術の都フィレンツェ、世界的流行の発信地であるファッションの街ミラノなど、どの都市もそれぞれの魅力を感じる国である。

表1によると、イタリアを訪れる人の多い国はEUの影響か、ヨーロッパの国々が多い。隣国であるフランスやオーストリア以上に、ドイツからの旅行者が群を抜いて多い結果であった。イタリアの各地を訪れるイタリア人と外国人の割合を州別に見ると（図4）、イタリア全体では外国人49%、イタリア人51%と、ほぼ同数であることが分かった。ヴェネト州（ヴェネツィア）やラツィオ州（ローマ）は外国人が訪れる割合が高く、人気である。

表1 イタリアへの訪問国ランキング（2015年）

| 順位 | 国 | 観光客数（人） | 割合（%） |
|-------|---------|------------|-------|
| 1 | ドイツ | 10,858,540 | 19.73 |
| 2 | 米国 | 4,531,141 | 8.23 |
| 3 | フランス | 4,331,623 | 7.87 |
| 4 | 中国 | 3,338,040 | 6.07 |
| 5 | 英国 | 3,316,921 | 6.03 |
| 6 | スイス | 2,691,106 | 4.89 |
| 7 | オーストリア | 2,320,615 | 4.22 |
| 8 | オランダ | 1,941,555 | 3.53 |
| 9 | スペイン | 1,779,258 | 3.23 |
| 10 | ポーランド | 1,203,526 | 2.19 |
| 11 | ロシア | 1,194,656 | 2.17 |
| 12 | ベルギー | 1,177,933 | 2.14 |
| 13 | 日本 | 1,109,491 | 2.02 |
| 14 | オーストラリア | 906,224 | 1.65 |
| 15 | ブラジル | 872,736 | 1.59 |
| 総観光客数 | | 55,033,682 | |

出所：イタリア政府観光局（ENIT）から取得データより作成

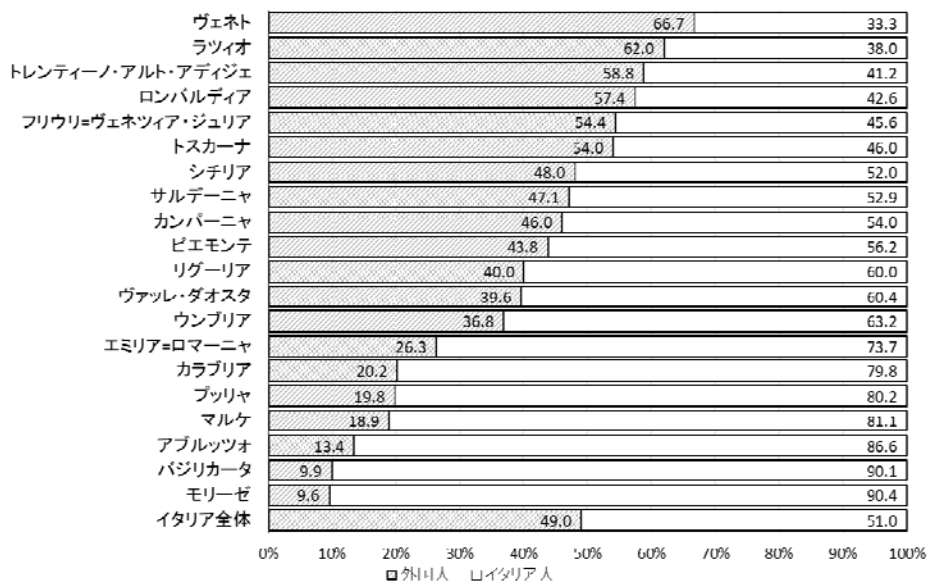


図4 イタリア各州を訪れる外国人とイタリア人の割合 (2015 年)

出所：イタリア政府観光局 (ENIT) から取得データより作成

5. ヨーロッパ旅行記

私のヨーロッパ旅行について、2017 年 9 月 20 日 (水) から 2017 年 9 月 26 日 (火) まで 7 日間のイタリア旅行 (図5) と、2018 年 3 月 14 日 (水) から 2018 年 3 月 18 日 (日) まで 5 日間のフランス旅行 (図6) について記した旅行記の中から抜粋し振り返る。イタリアやフランスが観光大国と言われる理由について、また、自分自身にとっての海外旅行の位置づけについて考察する。



図5 イタリア旅行の経路

出所：筆者作成



図6 フランス旅行の訪問先

出所：筆者作成

(1) イタリア2日目・ローマ

2017年9月21日(木)、憧れのヨーロッパ、イタリアはローマへとやってきた。ローマの代表的な歴史的建造物といえば、コロッセオである(写真1, 写真2)。ガイドブックや旅行サイトなどで写真を何度も見たが、実際に目で見て、その大きさに驚いた。紀元80年頃に完成したと言われているが、大昔にどのようにして石を運び、積み上げたのか。どこから眺めてみても、想像がつかなかった。ほぼ2,000年の時を経て、そこに在り続けることの歴史の重さ、威厳、自信のようなものを感じた。ローマの歴史の象徴とも言えるコロッセオのすぐ近くを、たくさんの自動車が行き交う様子もまた異様であった。教科書でしか知り得なかった世界が目の前に存在していることが、まだ信じられなかった。



写真1 コロッセオ (Colosseo)

出所：2017年9月21日(木) 筆者撮影



写真2 コロッセオ (Colosseo) 内部

出所：2017年9月21日(木) 筆者撮影

(2) イタリア5日目・ミラノ

荘厳なゴシック建築、ミラノのドゥオーモ(写真3)は、街の中心部にそびえ立つ。一つ一つが細かい彫刻、尖った塔、色、シンプルなのに豪華で、美しかった。内部(写真4)は、色とりどりのステンドグラスで装飾が施されている。陽の光に照らされて様々な色を放つステンドグラスは、聖書をもとに絵柄が構成されており、一枚ごとに違うのが特徴である。美しさに感動して涙が出たのは初めての経験だった。



写真3 ミラノ (Milano) のドゥオーモ
(Duomo)

出所：2017年9月24日(日) 筆者撮影

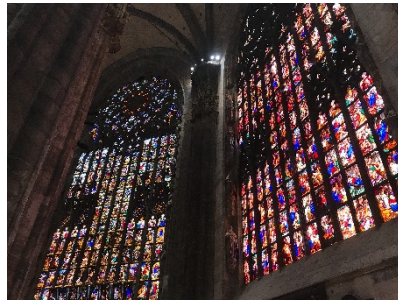


写真4 ミラノ (Milano) のドゥオーモ
(Duomo) 内部

出所：2017年9月24日(日) 筆者撮影

(3) フランス3日目・パリ

パリの移動に慣れ、メトロにスムーズに乗れるようになった。名曲「オー・シャンゼリゼ」(Les Champs-Élysées)を流しながらシャンゼリゼ大通りを歩くと、パリジェンヌになったような気分になった。

(4) フランス4日目・モン・サン・ミッシェル

朝からモン・サン・ミッシェル(写真5)へ出発した。パリから西へ300km程離れたノルマンディーに位置する。天候が非常に変化しやすく、この日も強風が吹き荒れ、体感気温は氷点下となった。人々を遠ざける過酷な環境とは対照的に、モン・サン・ミッシェル内部の商店街は温かい人々であふれていた。ある時は国を守り、ある時は人々を閉じ込め、比類のない歴史の積み重ね方をしてきた場所であるからこそ、国を挙げて、世界で、保護していくべき遺産である。



写真5 モン・サン・ミッシェル
(Mont St-Michel)

出所：2018年3月17日(土)筆者撮影

(5) まとめ

イタリアでは、ローマやフィレンツェなど、都市によって変わる街の雰囲気や、歴史と現代の人々が共創し、タイムスリップしたかのような感覚になることに深く感動した。フランスでは、ダイナミックな宮殿に、これでもかという程の煌びやかな装飾の主張と、芸術が溶け込んだ街で暮らす落ち着いた人々とが上手く融合して、上品さが生まれていることが素晴らしいと思った。隣国でありながら、まったく違った印象を受けたことに驚いた。

私は、海外旅行に行くという行為そのものに価値があり、多くの人が憧れるヨーロッパに行くということに価値があると考えていた。イタリアへ行ったことで、深い歴史が刻まれた建造物から、人々が作り上げ、守ってきた歴史を学び、しっかりと受け止めることが、その国の良さをたくさん見つけることにつながり、それによって自分の世界が広がるのが旅行の素晴らしさであるという考えをもつことができた。

イタリアやフランスは、歴史だけでなく、アートや食、ファッションなど、さまざまな面で五感を刺激し、満たしてくれる。世界中の人々が、ヨーロッパにしかない空気を求めてやってくるのだろう。

6. おわりに

私にとって海外旅行は、自分の世界を広げるために、なくてはならない経験である。普段はあまり挑

戦的でない私が、言葉が通じず、私のことを誰も知らない場所で、何事にも挑戦することの大切さを感じ、実行できる場でもある。また訪れることができるよう、少しでも成長できるようにと自分を鼓舞する役割もある。教科書には載っていない、写真やテレビ番組を見ただけでは分からないことが分かるようになる喜びは、何歳になっても感じていたいと思う。

今後は、海外旅行を通して得た知識や世界の素晴らしさや面白さを、教育の場で子どもたちに伝えるためにはどうすればよいか、また、世界に興味をもち、自分の力で世界へ羽ばたいていける子どもたちを育てるためにはどうすればよいかを考えていきたい。その第一歩として、私自身が何事にも挑戦する気持ちを忘れないこと、他者を認めるという姿勢をもち続けたい。具体的な教育や環境づくりについては、教科間のつながりや教材研究などを通して考えていきたい。これからも自分の世界を拓げるため、世界の様々なことに目を向け、努力し続けたいと思う。

参考文献

朝日新聞出版 (2016) :『ハレ旅 イタリア』, 朝日新聞出版
JTB パブリッシング (2016) :『るるぶ情報版 イタリア' 17』, JTB パブリッシング
JTB パブリッシング (2016) :『るるぶ情報版 パリ』, JTB パブリッシング
TABIPPO (2018) :『この世界で死ぬまでにしたいこと 2000』, ライツ社
地球の歩き方編集室 (2016) :『aruco パリ』, ダイアモンド・ビッグ社

参考 URL

イタリア国立統計研究所: 観光と休暇 <https://www.istat.it/en/archivio/tourism> (2018 年 12 月 15 日アクセス)
イタリア政府観光局 (ENIT) : 観光情報 <http://visitaly.jp/more-information> (2018 年 12 月 15 日アクセス)
日本政府観光局 (JNTO) : 日本の観光統計データ <https://www.jnto.go.jp/jpn/> (2018 年 1 月 10 日アクセス)
日本政府観光局 (JNTO) : 訪日外客・出国日本人数データ
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html (2018 年 1 月 10 日アクセス)
法務省一入国管理局: 出入国管理統計統計表 http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html
(2018 年 1 月 10 日アクセス)

Étranger's Europe Turismo

KUSANO Natsumi

Key Words : Tourism, Overseas trip, Inbound, Outbound, Europe, Travel note